

Introduzione

LA FASCINAZIONE DEL CINEMA E IL MESTIERE DELLO SCENOGRARO

Il mondo del cinema, con tutto ciò che lo circonda, evoca fascino nell'immaginario collettivo, e l'idea di potervi lavorare è per molti un'ipotesi affascinante. Va ricordato, però, che produrre un audiovisivo è un'operazione complessa, e far parte di un progetto filmico nel ruolo di scenografo o, più in generale, come figura del reparto scenografia è un compito arduo. Questo lavoro richiede passione ma, soprattutto, determinazione. Se l'amore per il cinema può aiutare a formare una conoscenza di base, e se guardare ai maestri del schermo e conoscere i loro capolavori a menadito, analizzando ogni singola scena con interesse, può essere un buon inizio, questo ancora non può dirsi un apprendistato sufficiente. Per entrare a far parte della lavorazione di un film bisogna essere in grado di realizzare le scenografie più diverse, di rapportarsi con ambienti e situazioni da rappresentare che difficilmente capita di vedere nella vita vera, e anche di inventare contesti che non hanno un riscontro "fisico" o "reale". Per far questo, lo scenografo deve essere un buon osservatore: guardando un posto deve riuscire a immaginarlo come luogo deputato a una scena. Quindi, se la creatività e la fantasia sono alla base delle sue idee, a queste deve aggiungersi una buona dose di realismo. Il presupposto per chiunque voglia approcciarsi al mondo della finzione, alla cosiddetta "realtà diegetica", cioè a tutto ciò che è implicato o presente nel mondo in cui è ambientata la storia, è saper operare nella concretezza e farlo con praticità: è questo il bagaglio che potrà trasformarvi in veri professionisti.

Un percorso di studi artistici permetterà di avere un primo incontro con la scenografia filmica: l'Accademia di Belle Arti indirizzo scenografia, il Centro Sperimentale di Cinematografia, ma anche una laurea in Architettura sono tutte strade che preparano al mestiere. Se il corso di studi che si è intrapreso è valido, per l'allievo si aprirà la possibilità di fare stage, tirocini o laboratori presso produzioni cinematografiche. Proporsi come stagista nel reparto scenografia è un buon modo per capire come funziona la "macchina cinema" e in cosa consiste realmente il mestiere di scenografo, oltre che per conoscere tutte le altre figure professionali che

operano su un set. Affinché la sua esperienza possa risultare veramente forgiante, è bene che lo stagista possieda già una conoscenza di base. Il lavoro consapevole in prima persona gli darà modo di rapportarsi con le riprese e di capire cosa significa davvero fare un film, senza rimanere legato solo alla fascinazione iniziale.

L'IMPRESCINDIBILE ASPETTO PRODUTTIVO

Quella che mette in moto un audiovisivo può essere romanticamente definita come una macchina che “mette in scena dei sogni”. Il fascino di fare un film è innegabile, e l'orgoglio di fare parte di questa grande macchina ne è la logica conseguenza. Non dobbiamo, però, mettere da parte l'aspetto produttivo in senso stretto. Ogni produzione audiovisiva è una fabbrica che si attiva (benché a tempo determinato), con tutte le sue maestranze, e che è finalizzata alla vendita del prodotto filmico, per recuperare l'investimento iniziale e arrivare a un guadagno. All'interno di questa macchina ogni cosa ha un costo, dal noleggio di apparecchiature, mezzi di trasporto e location fino alle pose degli attori e alle giornate di lavoro di ognuno. Questi costi sono direttamente proporzionali al tempo che si impiega a girare, e per questo “il tempo è denaro” è un detto che nel cinema vale in modo particolare.

Per rientrare il più possibile nei costi e nei tempi, occorre fare una previsione a priori, ovvero ancora prima della fase di preparazione. Da lì in poi tutto dovrà essere ben congegnato: andrà stabilito un tempo (il più circoscritto possibile), che sarà articolato fin nei dettagli, e questo piano dovrà essere rispettato cercando di non sforare. Il lavoro viene suddiviso tra i vari reparti, ognuno responsabile di un determinato aspetto della produzione, e anche all'interno dei singoli reparti vige una gerarchia regolamentata in maniera quasi militaresca. Ogni giorno bisogna essere preparati al meglio e sapere esattamente cosa si sta facendo e in vista di quale risultato. È un insieme di professionisti che procedono in simbiosi per settimane o mesi, a volte condividendo anche gli spazi per mangiare e per dormire, cosa che rende il progetto un impegno totalizzante.

Tutti lavorano con un unico obiettivo, la “visione del prodotto”. È l'unitarietà di questa visione che dà unitarietà alla narrazione e determina la buona riuscita di un film. Questa visione unitaria, sul set, appartiene in primo luogo al regista, che ha uno sguardo completo sul film; quindi agli attori, che interpretano i vari personaggi; e poi, via via, a tutti coloro che partecipano alla lavorazione. Dietro al regista e agli attori ci sono infatti tante altre figure impegnate a tradurre visivamente il nucleo del soggetto da girare: ognuna, con le proprie competenze, si fa in quattro affinché il prodotto finale sia il più possibile in linea con la sceneggiatura e l'idea che ne ha il regista, ma sempre avendo cura che i costi e le tempistiche restino nei limiti stabiliti (per non far “arrabbiare” la produzione).

Entri in un progetto e pian piano ti ci ritrovi immerso. Le ore di lavoro sono tante, più che in altre professioni, ed è per questo che passione e determinazione sono elementi imprescindibili per affrontare la sfida. Un

singolo progetto può durare mesi, o un anno, e ancora oltre, soprattutto da quando hanno preso piede le serie televisive, che possono avere anche più di 20 puntate e che prevedono riprese per periodi molto lunghi (l'equivalente di quattro film uno di seguito all'altro, ma spesso con budget non adeguati a tale proporzione). Nel 2020, con la pandemia da Covid-19, sono poi emersi ulteriori problemi che hanno gravato sui budget delle produzioni, le quali si sono trovate ad affrontare dei costi sanitari che mai avrebbero immaginato di dover sostenere. Questo è andato a stressare ancora di più la macchina cinema, e alle truppe si sono aggiunte figure del tutto nuove, come il Covid manager e i vari ispettori Covid, che si occupano di fare rispettare le distanze (soprattutto nelle pause), controllano che tutti utilizzino i presidi indicati, e organizzano sul set i continui tamponi per troupe, attori e comparse.

Nonostante le difficoltà, la macchina cinema va avanti. Si trasforma, si adegua e recluta nuovi giovani appassionati che a loro volta, entrando a far parte di questo meccanismo, daranno un proprio contributo negli anni. Le storie da raccontare sulla macchina cinema non si esauriranno mai, e neanche l'immaginazione che si forma nella mente di ogni scenografo o aspirante tale, quella che serve per trasformare delle parole scritte su carta (la sceneggiatura) in immagini che andranno a imprimere una "pellicola" (il film).

LO SCENOGRFO TRA CINEMA, TV E WEB: TIPOLOGIE DI AUDIOVISIVO

Esistono molte tipologie di audiovisivo. Una prima suddivisione può essere fatta per categoria, distinguendo tra documentario, fiction e animazione. Ci sono però diverse vie di mezzo, come i docufilm (con parti documentaristiche e parti costruite), o i film in cui sono presenti delle animazioni (uno su tutti, *Chi ha incastrato Roger Rabbit*, 1988), fino ad arrivare a quei film con enormi interventi di animazione in computer grafica (CGI).

L'intervento scenografico è fondamentale nel caso della fiction e più raro per il documentario, il quale, per sua propria natura, presuppone che la realtà venga immortalata così com'è, senza "finzioni". L'animazione, invece, presuppone un intervento di ideazione da parte di production designer che tuttavia non operano direttamente "sul campo".

Gli audiovisivi inoltre si possono classificare in base alla loro durata, al mezzo di diffusione e al pubblico di riferimento. In base a tale classificazione variano anche la durata della lavorazione e il budget investito per la scenografia (e, in generale, per il prodotto).

L'espressione **lungometraggio** (che indica quello che più comunemente definiamo "film") fa riferimento alla pellicola/membrana su cui si impressionavano le immagini nel cinema delle origini. I primi film in realtà non avevano la durata media che raggiungono oggi: quanto a minutaggio erano infatti più vicini a quegli audiovisivi che oggi chiamiamo "cortometraggi". La differenza tra lungo, medio e cortometraggio sta proprio

TIPOLOGIA DI AUDIOVISIVO	TEMPO MEDIO	DISTRIBUZIONE	
Lungometraggio	90'	Cinema/TV/Web	
Mediometraggio	45'	Festival/Web	
Cortometraggio	10'/25'	Festival/Web	
Serie a puntate	20'/45'	TV/Web	
Programma (diretta o registrato)	variabile	TV/Web	
V I D E O C L I P	video musicali	2'30"/4'00"	TV/Web
	spot pubblicitario	30"/60"	TV/Web
	Teaser	30"/60"	TV/Web
	trailer	2'30"	TV/Web

Fig. 1 – Tipologie di audiovisivo.

nella durata, e la desinenza “metraggio” si riferisce alla lunghezza della pellicola, che si misurava in metri. Un lungometraggio dura mediamente 90 minuti, ma può durare anche meno (ad esempio, 50 minuti), e non mancano capolavori tra le 3 e le 5 ore di montato, fino a sperimentazioni di 24 ore e più. Il **cortometraggio**, invece, ha in media una durata di 15/20 minuti, una lavorazione che si esaurisce in poco tempo, e raramente una distribuzione di sala per il largo pubblico (viene, più frequentemente, fatto circolare sul Web). I cortometraggi sono particolarmente diffusi tra i giovani registi: più economici rispetto ai lungometraggi, sono un ottimo mezzo per farsi conoscere, ma anche grandi nomi del panorama cinematografico non disprezzano questa tipologia di audiovisivo, che rende liberi di sperimentare storie e linguaggi senza la pressione delle grosse case di produzione.

Lavorare come scenografo in un corto è un buon modo per iniziare: ci si mette alla prova su una sceneggiatura circoscritta, con un progetto di durata limitata, ma che per essere realizzato esige nulla di meno rispetto a un'esperienza di set vera e propria. Ci sono cortometraggi di altissimo livello che hanno reso i corti una tipologia filmica a sé, che per durata (ma anche per qualità) si ricollega al cinema delle origini.

La **serie a puntate** è una tipologia di audiovisivo nata per essere trasmessa in tv, ma che ha raggiunto l'apice di diffusione con le piattaforme di streaming. La durata degli episodi è variabile, dai 20 minuti delle sit-com fino a 50 minuti o più. Una serie con un grosso seguito di pubblico può proseguire per numerose stagioni, con una media di 10/20 puntate ciascuna.

La **trasmissione televisiva** (o, più semplicemente, **programma**) è una tipologia di audiovisivo che prevede ambientazioni costruite in studi di posa. Può essere in diretta o registrata e poi trasmessa in tv o sul Web. La scenografia di uno studio è direttamente connessa al tipo di programma: per un telegiornale bastano una scrivania e uno schermo alle sue spalle; nel caso di talk show sono generalmente previsti dei salottini ed eventualmente delle gradinate per il pubblico presente. Oggi molti studi di posa sono caratterizzati da schermi la cui video scenografia si alterna a servizi, contributi e dirette con ospiti in streaming (un esempio è quello del programma *Le Iene*). La differenza principale con le altre tipologie di audiovisivi è che il programma non è la rappresentazione di una storia ma il racconto discorsivo di eventi o argomenti. La scenografia, di conseguenza, deve essere funzionale al tipo di programma, oltre che rappresentativa.

Di **videoclip** ne esistono vari tipi, a seconda del prodotto da promuovere: video musicali, spot pubblicitari, trailer e teaser.

Per quanto riguarda i **video musicali**, spesso lo scenografo non ha come riferimento una sceneggiatura vera e propria ma solo un soggetto. È raro trovare dialoghi: i videoclip sono composti da immagini che accompagnano la musica, dove il prodotto da vendere è il brano musicale. I soggetti da mettere in scena possono essere molteplici: il cantante o la band, attori che interpretano personaggi, oppure entrambi. Il tutto accompagnato da vari sfondi e scenografie. La durata deve corrispondere alla canzone, e generalmente varia tra i 2 e i 4 minuti e mezzo. Nel suo piccolo, il videoclip è un audiovisivo completo, paragonabile al cortometraggio, con una storia da rappresentare scenograficamente (anche se, come abbiamo già detto, non c'è una sceneggiatura tipica, con dialoghi e descrizioni), e una sequenza tecnica o uno storyboard da seguire legati al brano musicale. Solitamente la lavorazione di un videoclip prevede una settimana di preparazione e 3/4 giorni di riprese. Sin dall'inizio dovrà essere chiaro il prodotto finale, perché le immagini dipenderanno molto strettamente dalla musica, e dunque tanto le scene quanto la loro alternanza in fase di montaggio dovranno essere ben studiate.

Gli **spot pubblicitari** hanno una durata di 30/60 secondi (o multipli), e nascono per vendere un prodotto. Ed è proprio pensando a esso (oltre che, naturalmente, al target di pubblico che si intende raggiungere) che nasce il soggetto. L'importante è riuscire a catturare l'attenzione dell'osservatore, suscitando in lui il desiderio di possedere l'oggetto sponsorizzato. Può essere previsto un breve storyboard con le immagini da mettere in scena, ma sicuramente non può mancare un moodboard (vedi capitolo terzo) con le immagini di riferimento. Quando il principale mezzo di diffusione di una pubblicità è il Web, gli spot vengono pensati con formati per tablet e smartphone.

Trailer e teaser non sono dei prodotti fini a se stessi ma realizzati per suscitare interesse verso un determinato prodotto filmico. Il **trailer** nasce per pubblicizzare il film, e generalmente annuncia la data di uscita (al cinema o su piattaforma), ma talvolta può semplicemente recare la

scritta “prossimamente”. Ha una durata media di 2 minuti e mezzo, ed è composto da una serie di scene, le più intriganti o significative del film, montate insieme con lo scopo di accendere la curiosità e assicurarsi un certo pubblico all’uscita del prodotto completo.

Il **teaser** può essere un prodotto a sé oppure può anticipare il trailer, presentando delle brevi sequenze di durata tra i 30 e i 60 secondi. Il teaser può anche non rivelare il nome del prodotto, suscitando curiosità nel pubblico attraverso una determinata immagine o frase di grande effetto; a quella seguirà uno spot chiarificatore del prodotto, o il trailer vero e proprio. Il teaser può anche essere uno strumento di autopromozione al fine di trovare un produttore o uno sponsor interessato a finanziare un corto o un film che si intende realizzare. In questo caso andrà comunque accompagnato dal soggetto.

LE FASI DI UN AUDIOVISIVO

Quale che sia la tipologia di audiovisivo su cui andrete a lavorare (un corto, un film, uno spot), e a qualunque genere appartenga il progetto, per realizzare una scenografia ci sono delle fasi di lavorazione ben precise.

Anzitutto vanno distinti due momenti fondamentali: la **fase di preparazione** e la **fase delle riprese**.

Questi due momenti sono anticipati da una fase preliminare di valutazione e accettazione del progetto, che qui definiamo **approccio**. È in questa fase che avvengono l’incontro con la produzione e con il regista e la lettura della sceneggiatura. La contrattualizzazione e, a seguire, la compilazione dello spoglio avvengono in una fase più vicina alla preparazione vera e propria, nella quale possono essere identificati due momenti:

- la **progettazione ideativa**, una fase di ricerca e studio che, attraverso sopralluoghi, rilievi, proiezioni ortogonali e modelli 3D virtuali o in scala, porterà all’ideazione dei bozzetti;
- la **progettazione esecutiva**, il momento in cui si scende attivamente in campo cominciando la costruzione dei vari set e il reperimento di arredi e props.

La durata della fase di preparazione e l’impegno richiesto dipendono dalla complessità della messa in scena, dal quantitativo di ambientazioni diverse e dalla loro tipologia.

La fase delle riprese è quella in cui le immagini e le performance attoriali vengono finalmente impresse sulla “pellicola”. È anche la fase più caotica, quella in cui i set preparati dagli scenografi divengono, uno dopo l’altro, protagonisti della scena.

Molto importante è, in questa fase, effettuare il controllo giornaliero dei props. Tuttavia, potrebbero comunque esserci dei cambiamenti o presentarsi problematiche dell’ultimo minuto. Contemporaneamente alle riprese, il reparto scenografia prepara altri set, a volte addirittura fa sopralluoghi per cercare nuove location, ma non va dimenticato che la precedenza assoluta deve sempre essere data al set del giorno. A fine giornata (di ri-

prese) possono inoltre esserci dei ripristini, come pure dei fine set, anche se la cosiddetta chiusura del film, o dei set, avviene nella maggior parte dei casi a fine lavorazione.

La fase delle riprese sarà più o meno lunga a seconda della tipologia di audiovisivo che si starà realizzando.

Chi si accosta a questo lavoro per la prima volta, oltre a saper condurre l'analisi di una sceneggiatura e conoscere tutte le fasi della sua trasposizione visiva, deve aver fatto propria la terminologia che si usa quando ci si riferisce a un film. Per questo abbiamo scelto di fare, nelle prossime pagine, un breve excursus dei termini e delle abbreviazioni che si possono incontrare in uno script (o sentire nominare dal regista o dal direttore della fotografia) sin dalle prime riunioni: un piccolo vademecum per gli aspiranti scenografi che muovono i primi passi in questo mondo.

In ultimo va ricordato che raramente accadrà che durante la lavorazione di un film il reparto scenografia possa seguire metodicamente ogni singola fase che abbiamo indicato. Ogni progetto ha caratteristiche proprie ed esclusive, così come un'organizzazione interna del tutto peculiare. Per questo può capitare che si parta da un sopralluogo e ci si ritrovi poi a realizzare il bozzetto, o può darsi che una scena cambi in corsa e si debba trovare una nuova ambientazione o un nuovo prop "extra-spoglio". Ciò non toglie che per svolgere questo lavoro con capacità e preparazione è necessario partire da regole ben precise e convenzionate. Con l'esperienza si riuscirà senz'altro a adattarle di situazione in situazione.

In questo libro analizzeremo dunque, una per una, metodicamente, le quattro fasi di lavorazione per la realizzazione di un audiovisivo, con le competenze che richiedono e le problematiche da affrontare.